

**МОРОЗОВА А. А.**

Челябинский государственный университет

## **СОВРЕМЕННЫЕ МЕДИАТЕХНОЛОГИИ В УСЛОВИЯХ ПАНДЕМИИ COVID-19: КЛАССИФИКАЦИЯ ИНСТРУМЕНТОВ И СЕРВИСОВ**

Исследование выполнено за счет гранта Президента  
Российской Федерации для государственной поддержки молодых  
российских ученых — кандидатов наук МК-1684.2020.6.

**Аннотация:** в статье на основании анализа наиболее популярных ресурсов Рунета («Яндекс», «ВКонтакте», Google, Instagram, ряд приложений и др.) были определены инструменты, ориентированные на информационную и социальную поддержку общества в условиях распространения COVID-19. Классификация, основанная на целевом назначении инструмента и его ведущих задачах, включила в себя информационные сервисы, развлекательные возможности, коммуникативную поддержку и социальные задачи. Автор приходит к выводу, что пандемия наглядно продемонстрировала вовлеченность инновационных медиатехнологий в решение актуальных общественно-значимых вопросов.

**Ключевые слова:** медиатехнологии, интернет, возможности, инструменты, искусственный интеллект, пандемия COVID-19.

**MOROZOVA A. A.**

## **MODERN MEDIATECHNOLOGIES IN THE COVID-19 PANDEMIC: CLASSIFICATION OF TOOLS AND SERVICES**

**Abstract:** In the article, which included the analysis of the most popular resources of the Runet (Yandex, VKontakte, Google, Instagram, a number of applications, etc.), tools were identified that are focused on information and social support of society in the context of the spread of COVID-19. The classification which is based on the purpose of the tool and its key objectives, included information services, entertainment options, communication support, and social objectives. The author comes to the conclusion that the pandemic has clearly demonstrated the involvement of innovative media technologies in solving urgent socially significant issues.

**Keywords:** media technologies, internet, opportunities, tools, artificial intelligence, COVID-19 pandemic.

Современные медиатехнологии оперативно реагируют на происходящие в мире события. Чем масштабнее общественно-значимое явление, тем активнее происходит отклик. Ситуация с пандемией стала одним из уникальных показа-

телей внедрения современных медиатехнологий, в том числе алгоритмов искусственного интеллекта [1; 2; 3], в процесс решения определенного ряда задач, таких как:

- оперативное информирование и инструктирование аудитории по вопросам COVID-19;
- сплочение общества в сложных жизненных обстоятельствах и формирование позитивного отношения к происходящему;
- возможность самовыражения по вопросам текущей ситуации и получения обратной связи от специальных информационных и социальных структур;
- контроль за соблюдением распоряжений и предписаний во время пандемии и др.

Возникновение необходимости решения данных задач сподвигли наиболее популярные интернет-сервисы как адаптировать к текущей ситуации уже существующие медиаинструменты, так и презентовать новые возможности, актуальные для аудитории.

В качестве материала исследования были рассмотрены возможности и инструменты за 2020 год сайтов «Яндекс» (доля «Яндекс.Поиска» составляет 50,9 % на рынке Рунета), «ВКонтакте» (занимает первое место среди соцсетей в России) и ряда других интернет-ресурсов (Google, Instagram, отдельные приложения и др.), ориентированные на информационную и социальную поддержку общества в условиях распространения COVID-19.

В результате были составлена классификация, основанная на целевом назначении инструмента и его ведущих задачах.

*Информационные сервисы:* ленты новостей, рекомендации, статистика, специализированные сообщества/каналы/автоматические информаторы, индекс самоизоляции.

*Развлекательные возможности:* эмодзи-статусы, стикеры/гифы, подарки, хештеги/флешмобы.

*Коммуникативная поддержка:* чат-боты, тесты.

*Социальная поддержка и социальные задачи:* хештеги/флешмобы, технология распознавания людей в видеопотоке (для соблюдения социальной дистанции), технология распознавания лиц (для контроля выполнения режима самоизоляции), инструмент Google “Flu Trends” (для прогнозирования эпидемий гриппа на основании поисковых запросов пользователей).

На основании исследования можно сделать вывод, что во время пандемии произошла реакция различных ресурсов на текущую ситуацию. Наиболее активно и оперативно отреагировали крупные компании (например, Yandex, VKontakte, Google и т.п.), имеющие значительный финансовый, кадровый, интеллектуальный потенциал. Были применены два основных способа внедрения данных технологий: 1) интеграция в уже существующие медиаресурсы или адаптация уже действующих инструментов; 2) появление совершенно новых сервисов. Мы предполагаем, что большинство из них после окончания пандемии будут адаптированы разработчиками под другие актуальные общественно-значимые явления.

## Литература

1. Евсюков В. В. Искусственный интеллект и коронавирус Covid-19 / В. В. Евсюков, Т. В. Свиридова, Е. Р. Богатенко // Вестник тульского филиала финуниверситета. — 2020. — № 1. — С. 295-297.
2. Егорова М. А. Роль искусственного интеллекта в условиях пандемии / М. А. Егорова, А. Г. Барабашев, А. В. Минбалеев // Юридический мир. — 2020. — № 5. — С. 29-34.
3. Маджидов Т. И. Компьютерные технологии против коронавируса: первые результаты / Т. И. Маджидов, Г. Ф. Куракин // Природа. — 2020. — № 3 (1255). — С. 3-15.